

WAHANA INOVASI

VOLUME 9 No. 1

JAN-JUNI 2020

ISSN : 2089-8592

ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM PADA PEDAGANG DI PASAR TRADISIONAL DI KOTA BINJAI SUMATERA UTARA

Gadis Arniyati Athar

Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Abdul Halim Al-Ishlahiyah Binjai

gadisarniyati82@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perilaku pedagang di pasar tradisional di kota Binjai dalam perspektif etika bisnis Islam. Penelitian dilakukan dengan mengamati 85 orang pedagang yang berada di dua pasar tradisional di kota Binjai yakni Pasar Tavip dan Pasar Pagi Kebun Lada dengan menggunakan instrumen lembar observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata perilaku keseluruhan pedagang sebesar 3,01 dengan kategori baik, dimana pada kategori sangat baik berjumlah 20 orang (23,53%), pada kategori baik berjumlah 48 orang (56,47%), kategori kurang baik 17 orang (20%) dan tidak ada dalam kategori sangat kurang baik. Dari penelitian ini juga didapat bahwa pedagang yang menjalankan etika bisnis Islam yang paling tertinggi adalah pedagang sayur dan paling terendah adalah pedagang daging/ikan, dimana pada pedagang sayur sebesar 3,27 dengan kategori baik, pedagang daging/ikan 2,68 dengan kategori kurang baik, dan pedagang buah 3,09 dengan kategori baik. Etika bisnis Islam yang sering dilakukan adalah menjual mutu dagangan yang kurang baik dan tidak menjelaskan kondisi mutu barang.

Kata Kunci : Etika Bisnis Islam, Pedagang Pasar Tradisional

PENDAHULUAN

Perdagangan merupakan aktivitas yang dijalankan oleh manusia sedunia. Islam menganjurkan umatnya untuk berdagang, karena sembilan dari sepuluh pintu adalah dari berdagang (Al-Hafizh Al-Iraqi). Selain itu Rasulullah merupakan contoh tauladan pedagang yang profesional dalam menjalankan

dagangannya. Nabi Muhammad berdagang dari umur 7 tahun dan menjadi orang kepercayaan Khadijah dalam menjalankan perdagangannya, yang kemudian Khadijah menjadi istri Rasul (Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), 2010). Ini artinya bahwa berdagang sangat dianjurkan dalam Islam, namun dalam Islam semua aktivitas kehidupan harus mengacu kepada Alquran, Hadis dan Ijtihad para Ulama.

Etika bisnis adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, dan salah berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas (Faisal Badroen dan Arief Mufraeni, 2007). Islam melarang perdagangan yang hanya menguntungkan satu pihak saja (produsen atau konsumen). Dalam Al-Quran etika perdagangan sangatlah diatur, Islam telah memberikan batasan-batasan umum yang dijadikan ajuan dalam berbisnis. Etika berbisnis dalam Islam ini bisa disebut sebagai suatu prinsip dan norma dimana pelaku bisnis harus mempunyai komitmen bersama dalam melakukan sebuah transaksi, perilaku dan juga berelasi guna mencapai tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat.

Pasar merupakan area jual beli barang dengan jumlah penjual dan pembeli lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plaza pusat perdagangan maupun sebutan lainnya (Peraturan Presiden RI. No 112 tahun 2007). Tidak hanya sebagai pertemuan antara penjual dan pembeli, tetapi pasar merupakan tempat atau wadah interaksi sosial dalam bertransaksi produk tertentu atau kelompok produk tertentu misalnya pasar perumahan, pasar besar dan lain-lain (Akhmad Mujahidin, 2007).

Pasar sesuai dengan tempat dan perkembangannya, ada yang disebut sebagai pasar tradisional dan pasar

modern. Pasar tradisional didefensisikan sebagai pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli dagangan melalui tawar menawar (Peraturan Menteri Perdagangan No 70 tahun 2013).

Pembeli atau konsumen, khususnya yang muslim, sangat mendambakan transaksi perdagangan yang dilakukan dengan landasan etika bisnis Islam yakni prinsip kejujuran serta terhindar dari penipuan dan kecurangan. Namun semua ini masalah rawan yang kerap terjadi di Pasar Tradisional. Perilaku menyimpang ditemukan di pasar Tradisional antara lain pengurangan takaran dan timbangan, pengoplosan barang yang berkualitas baik dengan yang buruk, dan penjualan barang yang haram (Ema Mardiyah, 2010). Penyimpangan etika bisnis Islam juga terjadi dalam penentuan harga, dimana pedagang membedakan harga pada setiap konsumen dengan sangat berbeda (Muhammad Rais, 2018).

Binjai adalah suatu kota kecil yang berada di Provinsi Sumatera Utara yang dikenal dengan julukan Kota Rambutan. Ada enam pasar yang ada di kota Binjai yakni Pasar Tavip (Binjai Kota) , Pasar Lincan (Binjai Barat), Pasar Pagi Kebun (Binjai Utara), Pasar Rambung (Binjai Selatan), Pasar Bergam (Binjai Kota) dan Pasar Tungguro (Binjai Timur). Namun ada 3 pasar yang tidak beroperasi lagi yakni Pasar Rambung, Pasar Bergam dan Pasar Tungguro (medantribunnews.com, 2020).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan etika bisnis Islam pada pedagang di Pasar Tradisional di kota Binjai, Sumatera Utara. Untuk lebih memahami lebih, maka secara sistematis penulisan jurnal ini terdiri dari; Pendahuluan, Landasan Teori, Metode Penelitian, Hasil Pembahasan, Kesimpulan dan Daftar Pustaka.

LANDASAN TEORI

Etika berasal dari Bahasa Yunani Kuno ethos. Dalam bentuk tunggal kata tersebut mempunyai banyak arti, kebiasaan, adat, akhlak, watak, perasaan, sikap dan cara berpikir. Dalam bentuk jamak (ta etha) artinya adalah adat kebiasaan. Arti terakhir inilah yang menjadi latar belakang terbentuknya istilah "Etika" yang oleh filosof besar Yunani Aristoteles (384-322 SM) sudah dipakai untuk menunjukkan filsafat moral (K.Bertens, 1994).

Dalam pengertian ini, etika berkaitan dengan kebiasaan hidup yang baik, baik pada diri seseorang maupun pada suatu masyarakat atau kelompok masyarakat. Ini berarti etika berkaitan dengan nilai-nilai, tata cara hidup yang baik, aturan hidup yang baik, dan segala kebiasaan yang dianut dan diwariskan dari satu generasi ke generasi lain. Kebiasaan ini lalu terungkap dalam perilaku berpola yang terus berulang sebagai sebuah kebiasaan.

Etika atau Filsafat moral berhubungan dengan nilai-nilai dan konsep tentang "seharusnya" (A. C Ewing, 2003). Berbicara etika tentu kita berbicara tentang prinsip moral yakni berbicara tentang nilai yang termanifestasi dalam perilaku dalam sebuah masyarakat.

Etika Islam adalah doktrin etis yang berdasarkan ajaran-ajaran agama Islam yang terdapat di dalam Alquran dan Sunah Nabi Muhammad Saw yang di dalamnya terdapat nilai-nilai luhur dan sifat-sifat yang terpuji (*mahmudah*). Dalam agama Islam, etika ataupun perilaku serta tindak tanduk dari manusia telah diatur sedemikian rupa, sehingga jelas mana perbuatan atau tindakan yang dikatakan dengan perbuatan yang tidak baik atau tindakan asusila dan mana tindakan atau perbuatan yang disebut bermoral atau sesuai dengan aturan agama.

Berkaitan dengan nilai-nilai luhur yang tercakup dalam etika Islam dalam kaitannya dengan sifat yang baik dari perbuatan atau perlakuan yang patut dan dianjurkan untuk dilakukan sebagai sifat terpuji, lebih jauh Sudarsono menyebutkan, antara lain : "Berlaku jujur (*Amanah*), berbuat baik kepada kedua

orang tua (*Birrul Waalidaini*), memelihara kesucian diri (*Iffah*), kasih sayang (*Rahman* dan *Barry*), berlaku hemat (*Iqtishad*), menerima apa adanya dan sederhana (*Qona'ah* dan *Zuhud*), perikelakuan baik (*Ihsan*), kebenaran (*Shiddiq*), pemaaf (*'Afu*), keadilan (*'Adl*), keberanian (*Syaja'ah*), malu (*Haya'*), kesabaran (*Shabr*), berterima kasih (*Syukur*), penyantun (*Hindun*), rasa sepenanggungan (*Muwastf*), kuat (*Quwwah*)" (Sudarsono, 1989).

Islam tidak hanya mengatur tentang cara beribadah, lebih dari pada itu Islam adalah agama yang mengatur tatanan hidup manusia dengan sempurna, baik dari kehidupan individu dan masyarakat, baik aspek rasio, materi maupun spiritual yang didampingi oleh ekonomi, sosial dan politik. Salah satu segi yang diatur dalam Islam adalah dari *muamalah* atau perdagangan. Pengusaha Islam adalah manusia Islam yang bertujuan untuk mendapatkan kebutuhan hidupnya melalui usaha perdagangan, dan selanjutnya memberikan pelayanan kepada masyarakat melalui perdagangan tersebut.

Bisnis adalah suatu urusan atau kegiatan dagang, industri atau keuangan yang dihubungkan dengan produksi atau pertukaran barang atau jasa dengan menempatkan uang dari para entrepreneur dalam resiko tertentu dengan usaha tertentudengan motif untuk mendapatkan keuntungan. Bisnis adalah suatu kegiatan di antara manusia yang menyangkut produksi, menjual dan membeli barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Dasar pemikirannya adalah pertukaran timbal balik secara fair diantara pihak-pihak yang terlibat.

Berbicara tentang perdagangan, akan berbicara tentang etika bisnis, Kohlberg mengatakan bahwa prinsip-prinsip etika didalam bisnis dapat dikelompokkan ke dalam tiga kelompok, yaitu sebagai berikut : (1)Prinsip manfaat, (2) Prinsip hak asasi, (3)Prinsip keadilan (Duska, R. & Whelan, M, 1984).

Adapun etika bisnis Islam di antaranya bisnis yang santun, bisnis yang penuh kebersamaan dan penghormatan atas hak masing-masing (Veithzal Rifai, 2012). Selanjutnya A. Hanafi dan Hamid Salam mendefininiskan etika bisnis Islam

merupakan nilai-nilai etika Islam dalam aktivitas bisnis yang telah disajikan dari perspektif Alquran dan Hadis yang bertumpu pada 6 prinsip yang terdiri dari kebenaran, kepercayaan, ketulusan, persaudaraan, pengetahuan, dan keadilan (Johan Arifin, 2009). Ali Hasan (2009) menambahkan etika bisnis dalam syariat Islam adalah akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dalam menjalankan bisnisnya tidak perlu ada kekhawatiran sebab sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar.

Dari hal-hal di atas dapat dikatakan sebagai muslim, individu maupun kelompok dalam lapangan ekonomi atau bisnis, diberi kebebasan untuk berdagang dan berbisnis. Namun hal ini didasarkan dengan keimanan dan etika (akhlak) yang diajarkan oleh Islam sehingga ia tidak bebas mutlak dalam menginvestasikan modalnya atau membelanjakan hartanya. Ia harus melakukan kegiatan usahanya sesuai dengan prinsip-prinsip nilai-nilai kejujuran, keadilan, dan kebenaran, serta kemanfaatan bagi usahanya. Di samping itu, ia harus berpedoman kepada norma-norma, kaidah-kaidah yang berlaku dan yang terdapat dalam sistem hukum Islam secara umum.

Menurut Syed Nawab Heider Naqvi, ada lima prinsip dalam etika bisnis Islam yaitu, prinsip kesatuan (*tauhid*), keseimbangan (*keadilan/equilibrium*), kehendak bebas (*free will*), tanggung jawab (*responsibility*), kebajikan (*ihsan*) (Syed Nawab Heider Naqvi, 2003).

1. Prinsip Kesatuan (Tauhid)

Tauhid, merupakan wacana teologis yang mendasari segala aktifitas manusia, termasuk dalam kegiatan bisnis. Tauhid menyadarkan manusia sebagai makhluk *ilahiyah*, sosok makhluk yang bertuhan. Dengan demikian kegiatan bisnis manusia tidak terlepas dari pengawasan Tuhan (Veithzal Rifai, 2012).

Konsep tauhid juga dapat diartikan sebagai dimensi yang bersifat vertikal sekaligus horizontal. Karena dari kedua dimensi tersebut akan lahir satu bentuk hubungan yang sinergis antara Tuhan dan hamba-Nya, sekaligus hamba dengan

hamba yang lain. Prinsip tauhid juga dapat diartikan sebagai seorang makhluk harus benar-benar tunduk, patuh dan berserah diri sepenuhnya atas apa yang menjadi kehendak-Nya. Bentuk dari konsep tauhid adalah berupa ketakwaan diri yang dilakukan oleh pedagang yaitu berupa menjalankan sholat lima waktu, berdoa dan bersedekah, serta jujur dalam berdagang.

2. Prinsip Keseimbangan (Keadilan/*Equilibrium*)

Prinsip keseimbangan menggambarkan dimensi kehidupan pribadi yang bersifat horizontal. Hal itu disebabkan karena banyak berhubungan dengan sesama. Dalam dunia bisnis prinsip keadilan sangat menentukan perilaku kebijakan seseorang dalam dunia bisnis, prinsip keadilan harus diwujudkan dalam bentuk penyajian produk-produk yang bermutu dan berkualitas, selain ukuran, kualitas, serta kuantitas, serta takaran atau timbangan harus benar-benar sesuai dengan prinsip kebenaran (Johan Arifin, 2009).

3. Prinsip Kehendak Bebas (*Ikhtiar/Free will*)

Dalam Islam kehendak bebas mempunyai tempat sendiri, karena potensi kebebasan itu sudah ada sejak manusia dilahirkan dimuka bumi ini. Namun, sekali lagi perlu ditekankan bahwa kebebasan yang ada dalam diri manusia bersifat terbatas, sedangkan kebebasan yang tak terbatas hanya milik Allah SWT semata. Prinsip kehendak bebas yang diwujudkan dengan saling menghormati dan menghargai antara pedagang serta tidak memberikan harga di bawah harga standar untuk menarik pembeli.

4. Prinsip Tanggung Jawab (*Responsibility*)

Manusia diciptakan di dunia mempunyai satu peran untuk mengelola kehidupannya sebaik mungkin. Dan semua

aspek kehidupannya bukan suatu yang terbebas dari sebuah tanggung jawab. Rasa tanggung jawab itu tentunya bukan sekedar omongan belaka, melainkan harus benar-benar diwujudkan dalam kehidupan sehari-hari melalui perbuatan. Dalam dunia bisnis hal semacam itu juga sangat berlaku. Setelah melaksanakan segala aktifitas bisnis dengan berbagai bentuk kebebasan, bukan berarti semuanya selesai saat tujuan yang dikehendaki tercapai, atau ketika sudah mendapatkan keuntungan. Semua itu perlu adanya pertanggungjawaban atas apa yang telah pedagang lakukan, baik itu pertanggungjawaban ketika ia bertransaksi, memproduksi barang, menjual barang, melakukan perjanjian dalam jual beli dan lain sebagainya (Veithzal Rivai, 2012).

5. Prinsip Kebijakan (*Ihsan*)

Prinsip ini mengajarkan untuk melakukan perbuatan yang dapat mendatangkan manfaat kepada orang lain, tanpa harus ada aturan yang mewajibkan atau memerintahkannya untuk melakukan perbuatan itu, atau dalam istilah lainnya adalah beribadah maupun berbuat baik karena merasa Allah senantiasa melihat apa yang kita kerjakan (Faisal Badroen dan Arief Mufraeni, 2007).

Dari hal yang diuraikan di atas dalam penelitian ini mengambil empat indikator untuk pengukuran. Indikator tersebut adalah 1). Jujur dan transparan, 2). Menjual barang yang baik mutunya, 3). Longgar dan bermurah hati, dan 4). Menetapkan harga dengan transparan.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah analisis deskriptif kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan. Data Kuantitatif ini menggunakan data statistik.

Peneliti mengambil data dari dua Pasar Tradisional yang berada di kota

Binjai yakni Pasar Tavip yang berada di Binjai Kota dan Pasar Pagi yang berada di Binjai Utara. Alasan peneliti mengambil dua Pasar Tradisioanal ini karena dua Pasar Tradisional ini merupakan Pasar Tradisional yang terbesar dan menjadi pusat perbelanjaan di kota Binjai.

Data diambil dari 85 pedagang dengan cara observasi dengan menggunakan instrumen lembar observasi. Pedagang yang diambil pada

penelitian adalah pedagang daging/ikan, pedagang buah dan pedagang sayur.

Instrumen penilaian pada lembar pengamatan menggunakan skala likert dengan 1-4, dimana 1. jika pengamatan Sangat Tidak Sesuai, 2. jika pengamatan Tidak Sesuai, 3. jika pengamatan Sesuai dan 4. jika pengamatan Sangat Sesuai. Adapun Indikator dan poin-poin penilaian dari pengamatan pada lembar observasi dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1. Indikator dan poin-poin observasi

No	Indikator
Jujur dan transparan	
1.	Menggunakan timbangan yang baik.
2.	Tidak menyembunyikan barang yang jelek pada barang yang baik.
3.	Mutu barang sesuai dengan yang diucapkan.
Menjual barang yang baik mutunya	
4.	Barang yang di jual bermutu baik
5.	Menerangkan mutu barang
Longgar dan bermurah hati	
6.	Melayani pembeli dengan sikap ramah, senyum dan bermurah hati
7.	Menolak tawaran harga dari pembeli dengan sopan
Menetapkan harga dengan transparan	
8.	Penjual menetapkan harga dengan transparan.
9.	Tidak membedakan harga pada setiap pembeli
10.	Harga tidak terlalu tinggi dan tidak terlalu rendah

Analisis data dengan cara mencari rata-rata dengan rumus:

$$\bar{X} = \frac{\text{Jumlah Nilai}}{\text{Banyak Data}}$$

Hasil rata-rata dikonversikan dengan 4 kategorisasi yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 2. Interval Nilai rata-rata

No	Interval Nilai Rata-rata	Kategori Penilaian
1	< 2,0	Sangat Kurang Baik
2	2,0 – 2,7	Kurang Baik
3	2,8 – 3,5	Baik
4	> 3,5	Sangat Baik

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Perilaku Pedagang dari Tiap Individu Pedagang

Analisis data perilaku pedagang dalam kategori tiap individu pedagang

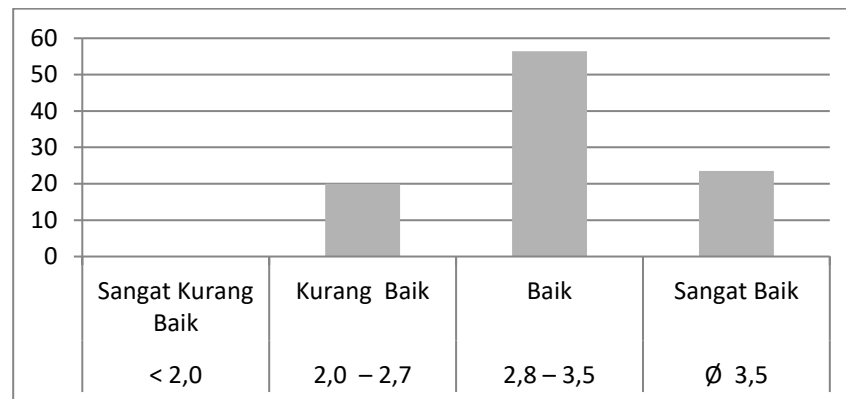
dimaksudkan untuk mengetahui perilaku pedagang untuk setiap individu. Dengan menghitung rata-rata dari setiap individu dan mengkonversikan rata-rata dari setiap individu maka didapat data sebagai berikut ini:

Tabel 3. Hasil Analisis Data dari Kategori Tiap Individu

No	Interval Nilai Rata-rata	Kategori Penilaian	Jumlah Pedagang	%
1	< 2,0	Sangat Kurang Baik	0	0
2	2,0 – 2,7	Kurang Baik	17	20
3	2,8 – 3,5	Baik	48	56,47
4	➢ 3,5	Sangat Baik	20	23,53
Total			85	100

Jika dibuat dalam bentuk diagram maka data di atas

dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

**Gambar 1. Grafik Analisis Data dari Kategori Tiap Individu**

Dari tabel dan gambar di atas dapat dilihat bahwa perilaku pedagang pada kategori sangat baik berjumlah 20 orang (23,53%), pada kategori baik berjumlah 48 orang (56,47%), kategori kurang baik 17 orang (20%) dan tidak ada dalam kategori sangat kurang baik. Paling banyak pedagang berada dalam kategori Baik. Ini berarti perilaku pedagang sebahagian besar pedagang telah menerapkan etika bisnis Islam dalam perdagangannya.

b. Perilaku Pedagang dari Setiap Kategori Jenis Pedagang

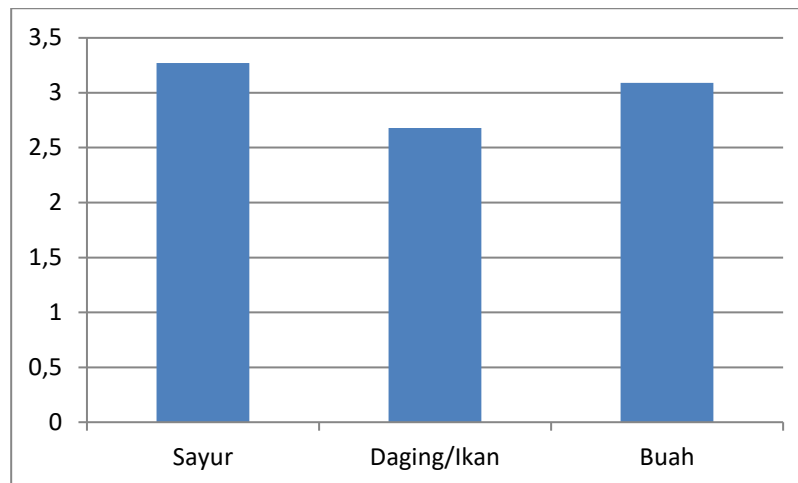
Analisis data perilaku pedagang dalam kategori tiap individu pedagang dimaksudkan untuk mengetahui perilaku pedagang dalam kategori jenis barang yang dijual. Ada 3 kategori pedagang yakni pedagang sayur, pedagang daging/ikan dan pedagang buah. Dengan menghitung rata-rata dari setiap jenis barang yang dijual dan mengkonversikan rata-rata maka didapat data sebagai berikut ini:

Tabel 4. Hasil Analisis Data dari Kategori Tiap Jenis Barang Dagangan

No	Kategori Pedagang	Rata-Rata	Kategori Penilaian
1	Sayur	3,27	Baik
2	Daging/Ikan	2,68	Kurang Baik
3	Buah	3,09	Baik
Total Rata-rata		3,01	Baik

Jika dibuat dalam bentuk diagram maka data di atas

dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 2. Grafik Analisis Data dari Kategori Jenis Barang Dagangan

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa rata-rata perilaku keseluruhan pedagang sebesar 3,01 dengan kategori baik. Dimana pada pedagang sayur sebesar 3,27 dengan kategori baik, pedagang daging/ikan 2,68 dengan kategori kurang Baik, dan pedagang buah 3,09 dengan kategori baik. Dapat dilihat bahwa pedagang yang menjalankan etika bisnis Islam yang paling tertinggi adalah pedagang sayur dan paling terendah adalah pada pedagang daging/ikan.

c. Perilaku Pedagang dari Setiap Indikator dan Item Butir Pengamatan

Analisis data perilaku pedagang dalam kategori tiap indikator dan item butir soal ini dimaksudkan untuk mengetahui perilaku etika bisnis Islam dari indikator dan item butir pengamatan. Ada 4 indikator dan 10 item pengamatan. Dengan menghitung rata-rata dan mengkonversikan rata-rata maka didapat data sebagai berikut ini:

Tabel 5. Hasil Analisis Data dari Setiap Indikator dan Item Butir Pengamatan

No	Indikator	Jenis Brang Dagangan			Rata-ratta
		Sayur	Daging/Ikan	Buah	
Jujur dan transparan					
1.	Menggunakan timbangan yang baik.	3,47	3,25	3,30	3,34
2.	Tidak menyembunyikan barang yang jelek pada barang yang baik.	2,97	2,81	2,91	2,89
3.	Mutu barang sesuai dengan yang diucapkan.	3,33	2,69	3,17	3,05
Rata-rata		3,26	2,92	3,13	3,09
Menjual barang yang baik mutunya					
4.	Barang yang di jual bermutu baik	3,10	2,63	3,04	2,90
5.	Menerangkan mutu barang	2,97	2,47	2,78	2,70
Rata-rata		3,06	2.55	2,91	2,80
Longgar dan bermurah hati					
6.	Melayani pembeli dengan sikap ramah, senyum dan bermurah hati	3,63	2,88	3,04	3,20
7.	Menolak tawaran harga dari pembeli dengan sopan	3,30	2,91	3,17	3,12
Rata-rata		3,47	2,89	3,11	3,16

Menetapkan harga dengan transparan					
8.	Penjual menetapkan harga dengan transparan.	3,20	2,94	3,35	3,14
9.	Tidak membedakan harga pada setiap pembeli	3,37	2,81	2,96	3,05
10.	Harga tidak terlalu tinggi dan tidak terlalu rendah	3,30	3,00	3,17	3,15
Rata-rata		3,29	2,92	3,16	3,11

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa hasil dari keseluruhan pedagang pada indikator jujur dan transparan mempunyai rata-rata sebesar 3,09 dengan kategori baik. Dimana pada pedagang sayur sebesar 3,06 dengan kategori baik, pedagang daging/ikan 2,92 dengan kategori baik dan pedagang buah 3,13 dengan kategori baik. Pedagang yang paling rendah adalah pedagang ikan dan paling tertinggi adalah pedagang sayur. Pada pedagang daging/ikan didapat bahwa poin yang terendah adalah mutu barang yang diucapkan tidak sesuai dengan mutu barang sebenarnya dan pedagang selalu menyembunyikan barang yang jelek pada barang yang bagus.

Pada indikator mutu barang mempunyai rata-rata sebesar 2,80 dengan kategori baik. Pada pedagang sayur sebesar 3,06 dengan kategori baik, pedagang daging/ikan 2,55 dengan kategori kurang baik dan pedagang buah 2,91 dengan kategori baik. Pedagang yang paling rendah adalah pedagang ikan dan paling tertinggi adalah pedagang sayur. Pada pedagang daging/ikan didapat bahwa kedua item mempunyai poin pada kategori kurang baik, dari hal ini didapat bahwa pedagang daging/ikan selalu menjual mutu dagangan yang kurang baik dan tidak menjelaskan kondisi mutu barang.

Pada indikator longgar dan bermurah hati mempunyai rata-rata sebesar 3,16 dengan kategori baik. Dimana pada pedagang sayur sebesar 3,47 dengan kategori baik, pedagang ikan 2,89 dengan kategori baik dan pedagang buah 3,11 dengan kategori baik. Pedagang yang paling rendah adalah pedagang daging/ikan dan paling tertinggi adalah pedagang sayur. Pada indikator ini setiap pedagang telah melaksanakan dengan baik, hal ini dapat dilihat pada setiap item mempunyai nilai dengan kategori minimal baik.

Pada indikator menetapkan harga dengan transparan mempunyai rata-rata sebesar 3,11 dengan kategori baik. Dimana pada pedagang sayur sebesar 3,29 dengan kategori baik, pedagang daging/ikan 2,92 dengan kategori baik dan pedagang buah 3,16 dengan kategori baik. Pedagang yang paling rendah adalah pedagang ikan dan paling tertinggi adalah pedagang sayur. Pada indikator ini setiap pedagang telah melaksanakan dengan baik, hal ini dapat dilihat pada setiap item mempunyai nilai dengan kategori minimal baik.

Dari hasil analisis data di atas didapat bahwa belum semua pedagang menjalani etika bisnis Islami. Pedagang yang sering melakukan perdagangan yang diluar etika bisnis Islam adalah pedagang ikan dengan kecurangan dilakukan adalah pada menyembunyikan mutu barang dan tidak menerangkan mutu barang dengan keadaan yang sebenarnya.

Islam mengajarkan tentang perdagangan dengan etika dalam berbisnis seperti yang telah diteladani Rasulullah yaitu Nabi Muhammad Saw. Dimana sebuah perdagangan harus memperhatikan kejujuran, keramahan, menerapkan prinsip bisnis Islami dalam bentuk nilai-nilai shiddiq, amanah, tabligh, dan fathonah, serta nilai moral dan keadilan.

Dalam Al- Quran Surah An-Nisa' ayat 29 yang artinya *"Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu."*

Dari ayat di atas kita diharuskan berlaku baik dalam perdangan. Selanjutnya dalam Al-Quran surat At-Taubah ayat (111) yang artinya: *"Sesungguhnya Allah membeli dari orang-orang mukmin harta dan jiwa mereka dan sebagai imbalannya mereka*

memperoleh syurga. Siapakah yang lebih menepati janjinya (selain) Allah, maka gembiralah dengan jual beli yang kamu lakukan itu. Itulah kemenangan yang besar”.

Ayat tersebut di atas, memberikan penjelasan bahwa mereka yang tidak ingin melakukan aktivitas kehidupannya kecuali bila memperoleh keuntungan semata, dilayani (ditantang) oleh Al-Qur'an dengan menawarkan satu bursa yang tidak mengenal kerugian dan penipuan. Dengan demikian, prinsip dasar yang ditekankan Al-Qur'an adalah kerja dan kerja keras. Pandangan Islam mengenai visi tentang etika bisnis harus berlandaskan pada tiga tema kunci utama yang juga merupakan pedoman bagi semua kegiatan umat Islam. Ketiga tema kunci utama itu adalah Iman, Islam, dan Taqwa.

Dari wawancara yang dilakukan peneliti pada beberapa pedagang ikan alasan mereka melakukan hal itu adalah untung yang tidak banyak dan resiko barang yang cepat busuk. Pedagang ikan membeli ikan dengan sistem paket (satu kotak) dari agen penjual ikan sebelumnya, sehingga pedagang tidak dapat melakukan pemilihan mutu ikan dan tidak dapat membeli sesuai dengan kebutuhan perhari pedagang. Sehingga ikan yang didapat oleh pedagang dari agen sebelumnya punya resiko yang besar.

Islam mengajarkan tentang pentingnya kejujuran dalam perdagangan. Dalam sebuah Hadis Nabi yakni *“Sesungguhnya para pedagang akan dibangkitkan pada hari kiamat nanti sebagai orang-orang fajir (jahat) kecuali pedagang yang bertakwa pada Allah, berbuat baik dan berlaku jujur”* (HR. Tirmidzi dan Ibnu Majah, *shahih*)

Ketidak jujuran dengan cara mencampur mutu barang dagangan dan menyembunyikan sangat tidak dibenarkan. Dari Hadis Nabi dari sahabat 'Abdullah bin Mas'ud *radhiyallahu 'anhu* juga dijelaskan keutamaan sikap jujur dan bahaya sikap dusta. Ibnu Mas'ud menuturkan bahwa Rasulullah *shallallahu 'alaihi wa sallam* bersabda, *“Hendaklah kalian senantiasa berlaku jujur, karena sesungguhnya kejujuran akan mengantarkan pada kebaikan dan sesungguhnya kebaikan akan mengantarkan pada surga. Jika seseorang senantiasa berlaku jujur dan*

berusaha untuk jujur, maka dia akan dicatat di sisi Allah sebagai orang yang jujur. Hati-hatilah kalian dari berbuat dusta, karena sesungguhnya dusta akan mengantarkan kepada kejahatan dan kejahatan akan mengantarkan pada neraka. Jika seseorang sukanya berdusta dan berupaya untuk berdusta, maka ia akan dicatat di sisi Allah sebagai pendusta” (HR. Muslim).

Contoh bentuk penipuan ini juga pernah terjadi di masa Nabi *shallallahu 'alaihi wa sallam*. Dan Nabi sangat melaknat perlakuan ini. Dari Abu Hurairah, Nabi berkata *“Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam pernah melewati setumpuk makanan, lalu beliau memasukkan tangannya ke dalamnya, kemudian tangan beliau menyentuh sesuatu yang basah, maka pun beliau bertanya, “Apa ini wahai pemilik makanan?” Sang pemiliknya menjawab, “Makanan tersebut terkena air hujan wahai Rasulullah.” Beliau bersabda, “Mengapa kamu tidak meletakkannya di bagian makanan agar manusia dapat melihatnya? Ketahuilah, barangsiapa menipu maka dia bukan dari golongan kami.”* (HR. Muslim). Jika dikatakan tidak termasuk golongan kami, maka itu menunjukkan perbuatan tersebut termasuk dosa besar.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Belum semua pedagang menerapkan etika bisnis Islam dalam perdagangannya. Ini dapat dilihat ada 17 orang (20%) dalam kategori kurang baik.
2. Pedagang yang menjalankan etika bisnis Islam yang paling tertinggi adalah pedagang sayur dan paling terendah adalah pada pedagang daging/ikan.
3. Pada indikator jujur dan transparan mempunyai rata-rata sebesar 3,09 dengan kategori baik. Pedagang yang paling rendah adalah pedagang ikan dan paling tertinggi adalah pedagang sayur. Pada pedagang daging/ikan didapat bahwa poin yang terendah adalah mutu barang yang diucapkan tidak

- sesuai dengan mutu barang sebenarnya dan pedagang selalu menyembunyikan barang yang jelek pada barang yang bagus.
4. Pada indikator mutu barang mempunyai rata-rata sebesar 2.80 dengan kategori baik. Dimana pedagang yang paling rendah adalah pedagang ikan dan paling tertinggi adalah pedagang sayur. Pada pedagang daging/ikan selalu menjual mutu dagangan yang kurang baik dan tidak menjelaskan kondisi mutu barang.
 5. Pada indikator longgar dan bermurah hati mempunyai rata-rata sebesar 3,16 dengan kategori baik. Dimana pedagang yang paling rendah adalah pedagang ikan dan paling tertinggi adalah pedagang sayur. Pada indikator ini setiap pedagang telah melaksanakan dengan baik, hal ini dapat dilihat pada setiap item mempunyai nilai dengan kategori minimal baik.
 6. Pada indikator menetapkan harga dengan transparan mempunyai rata-rata sebesar 3,11 dengan kategori baik. Dimana pedagang yang paling rendah adalah pedagang ikan dan paling tertinggi adalah pedagang sayur. Pada indikator ini setiap pedagang telah melaksanakan dengan baik, hal ini dapat dilihat pada setiap item mempunyai nilai dengan kategori minimal baik.
 7. Dari wawancara didapat penyebab pedagang ikan melakukan kecurangan. Pembelian dengan sistem paket (satu kotak) sehingga pedagang tidak dapat melakukan pemilihan mutu ikan dan tidak dapat membeli sesuai dengan kebutuhan perhari pedagang. Sehingga ikan yang didapat oleh pedagang dari agen sebelumnya punya resiko yang besar.
- Arifin, Johan. Etika Bisnis Islami, Semarang: Walisongo Press, 2009.
- Badroen, Faisal dan Arief Mufraeni, Etika Bisnis dalam Islam, Jakarta: Kencana, 2007.
- Bertens, K. Etika, Jakarta: Gramedia, 1994.
- Duska, R. & Whelan, M. Perkembangan Moral. Perkenalan dengan Piaget dan Kohlberg, Yogyakarta: Kanisius, 1984.
- Ewing, A. C. , Persoalan-persoalan Mendasar Filsafat, Jakarta: Pustaka Pelajar, 2003.
- Hasan, Ali. Manajemen Bisnis Syari'ah, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009
- Mardiyah, Ema. Penerapan Etika Bisnis Syariah di Pasar Tradisional Singaparna Kabupaten Tasikmalaya, Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Tasikmalaya, 2010.
- medantribunnews.com, Tiga Pasar Tradisional di Binjai Tidak Berfungsi, diakses 15 Februari 2020.
- Mujahidin, Akhmad. Ekonomi Islam, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007.
- Naqvi, Syed Nawab Heider. Menggagas Ilmu Ekonomi Islam, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003.
- Peraturan Menteri Perdagangan No 70 tahun 2013, Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern, [www. bpkp.go.id](http://www.bpkp.go.id), diakses 3 Januari 2020.
- Peraturan Presiden RI. No 112 tahun 2007, Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern, www. bpkp.go.id, diakses 3 Januari 2020.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Ilraqi, Al-Hafizh. Al-Mughni 'an Hamli Asfar, Kitab Buyu', Hadits nomor 1576

Pusat Pengkajian dan Pengembangan
Ekonomi Islam (P3EI), Ekonomi
Islam, Jakarta: Rajawali Pers, 2010

Rais, Muhammad Perilaku Pedagang
Baju Batik Merek Ulfa Di Pasar
Beringharjo Yogyakarta Dalam
Menentukan Harga Jual Ditinjau
Dari Perspektif Etika Bisnis Islam,
Tesis, Program Pascasarjana
Fakultas Ilmu Agama Islam
Universitas Islam Indonesia, 2018.

Rifai, Veithzal. Islamic Business and
Economic Ethics, Jakarta: Bumi
Aksara, 2012.

Sudarsono, Etika Islam tentang
Kenakalan Remaja, Jakarta: Bina
Aksara, 1989.